

PATENT ABSTRACTS OF JAPAN

(11)Publication number : 09-006838
 (43)Date of publication of application : 10.01.1997

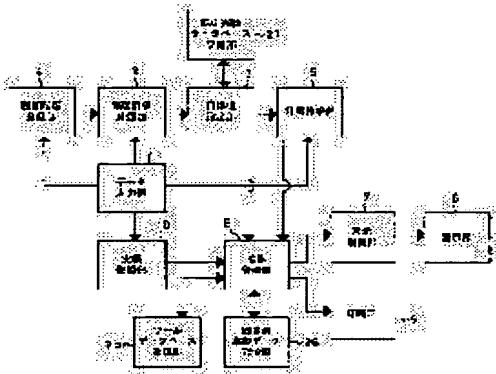
(51)Int.Cl. G06F 17/60

(21)Application number : 07-153646 (71)Applicant : NIPPON NETWORK KENKYUSHO:KK
 MARONEITO:KK
 (22)Date of filing : 20.06.1995 (72)Inventor : KADOKAWA ATSUSHI

(54) BUSINESS PROFIT IMPROVEMENT SUPPORT SYSTEM

(57)Abstract:

PURPOSE: To innovatively improve business profit by performing the optimum standardization of business activities.
 CONSTITUTION: This system is provided with a customer evaluation and classification part 2 which evaluates various customers under two kinds of evaluation standards that are objective evaluation standards set in consideration of a customer's standpoints and transaction evaluation standards set in consideration of a self-standpoint and classifies the customers according to whether evaluation results are high or low and a target value setting part 3 which sets target values of frequencies of visiting by the customers; and the customers are evaluated more accurately by performing customer evaluation in consideration of the customer's standpoints and classifying the customers according to the evaluation results to make object customers of transaction expansion distinctive, and a waste of business activities is eliminated to properly distribute business visiting power to various customers.



LEGAL STATUS

[Date of request for examination] 06.02.1998
 [Date of sending the examiner's decision of rejection] 15.05.2001
 [Kind of final disposal of application other than the examiner's decision of rejection or application converted registration]
 [Date of final disposal for application]
 [Patent number] 3234744
 [Date of registration] 21.09.2001
 [Number of appeal against examiner's decision of rejection] 2001-09973
 [Date of requesting appeal against examiner's decision of rejection]
 [Date of extinction of right]

(19) 日本国特許庁 (J P)

(12) 公開特許公報 (A)

(11)特許出願公開番号

特開平9-6838

(43)公開日 平成9年(1997)1月10日

(51) Int.Cl.⁶

識別記号 庁内整理番号

序内整理番号

F I
G 06 F 15/21

技術表示箇所

審査請求 未請求 請求項の数 7 OJ (全 14 頁)

(21) 出願番号 特願平7-153646

(22)出願日 平成7年(1995)6月20日

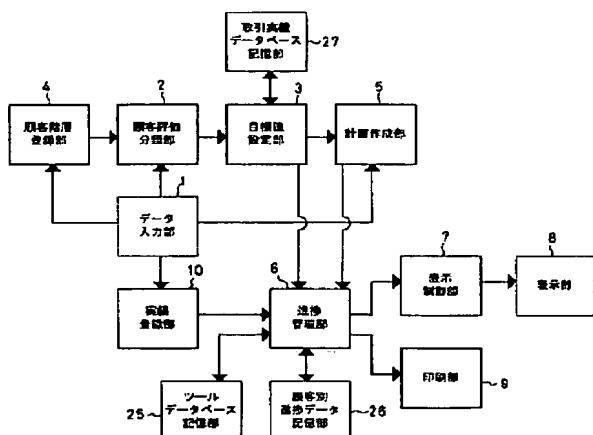
(71) 出願人 595088908
株式会社日本ネットワーク研究所
東京都中央区新川一丁目10番14号 ニュー
リバービル
(71) 出願人 595088919
株式会社マロネイト
東京都江戸川区北葛西4丁目9番3号
(72) 発明者 角川 淳
東京都中央区新川二丁目9番5号 第2中
村ビル 株式会社日本ネットワーク研究所
内
(74) 代理人 弁理士 國分 孝悦

(54) 【発明の名称】 営業生産性向上支援システム

(57) 【要約】

【目的】 営業活動の最適な標準化を図り、営業生産性を革新的に向上させることができるようとする。

【構成】 データ入力部1より入力されるデータを用いて、顧客の立場を考慮した客観評価基準と自己の立場を考慮した取引評価基準との2つの評価基準の下に種々の顧客を評価し、その評価結果の高低に応じて種々の顧客を分類する顧客評価・分類部2と、顧客評価・分類部2による評価・分類の結果を参照して顧客別の訪問回数の目標値を設定する目標値設定部3とを設け、自己の立場を考慮した取引評価だけでなく、顧客の立場を考慮した客観評価をも行い、その評価結果に基づいて顧客を分類するようにすることにより、顧客の評価をより正確に行って取引拡大すべき顧客を明確にすることができるようになりし、営業活動における無駄を省いて営業訪問力を種々の顧客に適正に配分することができるようにする。



【特許請求の範囲】

【請求項1】 営業活動の計画を作成するとともに、その進捗を管理するための営業生産性向上支援システムであって、上記営業活動の計画の作成および進捗の管理にあたって種々のデータを入力するとともに種々の操作を指示するためのデータ入力手段と、上記データ入力手段より入力されるデータを用いて、顧客の立場を考慮した客観評価基準と自己の立場を考慮した取引評価基準との2つの評価基準の下に種々の顧客を評価し、その評価結果の高低に応じて上記種々の顧客を分類する顧客評価・分類手段と、上記顧客評価・分類手段による評価・分類の結果に応じて顧客別の訪問回数の目標値を設定する目標値設定手段とを具備することを特徴とする営業生産性向上支援システム。

【請求項2】 上記種々の顧客への訪問計画を作成するための計画作成手段と、上記計画作成手段により作成された訪問計画に基づく実際の訪問結果を登録するための実績登録手段と、上記目標値設定手段により設定された顧客別訪問回数目標値、上記計画作成手段により作成された訪問計画および上記実績登録手段により登録された訪問結果を用いて営業活動の進捗を管理し、上記顧客別訪問回数目標値に対する進捗の度合いが低い場合に警告を発するようにする進捗管理手段とを更に具備することを特徴とする請求項1に記載の営業生産性向上支援システム。

【請求項3】 上記計画作成手段は、営業活動で行う一連の行為ごとに実施にあたって必要なツールを定義することにより複数の営業行為項目を登録するための営業行為項目登録手段と、

上記営業行為項目登録手段で登録した複数の営業行為項目の中から幾つかを選択するとともにそれらの順番を設定することにより、少なくとも1つ以上の商談プロセスパターンを登録するための商談プロセス登録手段と、上記商談プロセス登録手段で登録した商談プロセスパターンの中から何れかを選択するとともに、その選択した商談プロセスパターン中に含まれる営業行為項目の実施予定日を設定することにより商談計画を作成する商談計画作成手段とを有することを特徴とする請求項2に記載の営業生産性向上支援システム。

【請求項4】 上記商談計画作成手段は、選択した商談プロセスパターン中に含まれる営業行為項目に関連付けが定義されている機能を自動実行する手段を具備することを特徴とする請求項3に記載の営業生産性向上支援システム。

【請求項5】 上記種々の顧客をその階層別に登録する組織階層登録手段を更に具備し、

上記顧客評価・分類手段による顧客の評価・分類、上記目標値設定手段による顧客別訪問回数目標値の設定、上

記計画作成手段による訪問計画の作成、上記実績登録手段による訪問結果の登録、および上記進捗管理手段による進捗管理を、上記組織階層登録手段によって登録された組織階層ごとに行うようにしたことを特徴とする請求項2～4の何れか1項に記載の営業生産性向上支援システム。

【請求項6】 上記目標値設定手段で設定された顧客別訪問回数目標値、上記計画作成手段により作成された訪問計画、上記実績登録手段により登録された訪問結果、および上記組織階層登録手段で登録された組織階層ごとの顧客名を1つの画面内に表示する表示手段と、上記顧客別訪問回数目標値を四角の数で表示するとともに、訪問予定日と訪問実施日とを上記四角の中に異なる色で区別して表示し、上記組織階層ごとの顧客名を上記顧客評価・分類手段による分類結果に対応して異なる色で区別して表示するように制御する表示制御手段とを具備することを特徴とする請求項2～5の何れか1項に記載の営業生産性向上支援システム。

【請求項7】 上記表示制御手段は、上記訪問予定日および上記訪問実施日を入力するために使用するカレンダーを上記表示手段に表示させるとともに、上記カレンダー上で所望の日付が指定されたときに、その指定された日付が上記四角の中に画面上を移動していくように表示させることを特徴とする請求項6に記載の営業生産性向上支援システム。

【発明の詳細な説明】

【0001】

【産業上の利用分野】 本発明は営業生産性向上支援システムに関し、特に、営業マンが行う営業活動を効率よく行なうことを支援するために用いて好適なものである。

【0002】

【従来の技術】 一般に、営業活動は人間が人間に對して行なうことであるため、標準化あるいはシステム化が困難であった。このため、販売管理や製造管理、あるいは組織管理などの分野で情報化が進む一方で、多くの営業マンは経験と勘に頼りながら営業活動を行っていた。

【0003】 一方、市場が低成長時代に入り、競争がますます激化していく中で、企業経営が見直され、できるだけ少ない時間、人、設備などの経営資産で多くの収益を上げられるようにすることが着目されるようになってきている。このように営業の生産性を向上させるためには、適切な方法で営業活動を行うことが必要になってくる。

【0004】

【発明が解決しようとする課題】 しかしながら、営業活動の方法は、ほとんどの企業で営業マンまかせになっていたため、営業マンの思い込みや成り行きなどが営業活動にむらや無駄を生じていた。その中で、実績を上げ、優秀だと言われてきた営業マンは、自分で工夫をし、自分の力で最適な営業方法を見つけ出しているのが現実で

あった。

【0005】ところが、企業の中で優秀な営業マンはほんの一握りしか存在しない。したがって、企業として本質的に営業生産性を革新的に向上させるためには、優秀な営業マン以外のいわゆる標準的な営業マンの活動内容を見直す必要がある。

【0006】本発明は、このような実情に鑑みて成されたものであり、営業活動の最適な標準化を図り、営業生産性を革新的に向上させることができるようにすることを目的とする。

【0007】

【課題を解決するための手段】本発明の営業生産性向上支援システムは、営業活動の計画を作成するとともに、その進捗を管理するための営業生産性向上支援システムであって、上記営業活動の計画の作成および進捗の管理にあたって種々のデータを入力するとともに種々の操作を指示するためのデータ入力手段と、上記データ入力手段より入力されるデータを用いて、顧客の立場を考慮した客観評価基準と自己の立場を考慮した取引評価基準との2つの評価基準の下に種々の顧客を評価し、その評価結果の高低に応じて上記種々の顧客を分類する顧客評価・分類手段と、上記顧客評価・分類手段による評価・分類の結果に応じて顧客別の訪問回数の目標値を設定する目標値設定手段とを具備することを特徴とする。

【0008】本発明の他の特徴とすることは、上記種々の顧客への訪問計画を作成するための計画作成手段と、上記計画作成手段により作成された訪問計画に基づく実際の訪問結果を登録するための実績登録手段と、上記目標値設定手段により設定された顧客別訪問回数目標値、上記計画作成手段により作成された訪問計画および上記実績登録手段により登録された訪問結果を用いて営業活動の進捗を管理し、上記顧客別訪問回数目標値に対する進捗の度合いが低い場合に警告を発するようにする進捗管理手段とを更に具備することを特徴とする。

【0009】本発明の他の特徴とすることは、上記計画作成手段は、営業活動で行う一連の行為ごとに実施にあたって必要なツールを定義することにより複数の営業行為項目を登録するための営業行為項目登録手段と、上記営業行為項目登録手段で登録した複数の営業行為項目の中から幾つかを選択するとともにそれらの順番を設定することにより、少なくとも1つ以上の商談プロセスパターンを登録するための商談プロセス登録手段と、上記商談プロセス登録手段で登録した商談プロセスパターンの中から何れかを選択するとともに、その選択した商談プロセスパターン中に含まれる営業行為項目の実施予定日を設定することにより商談計画を作成する商談計画作成手段とを有することを特徴とする。

【0010】本発明の他の特徴とすることは、上記商談計画作成手段は、選択した商談プロセスパターン中に含まれる営業行為項目に関連付けが定義されている

機能を自動実行する手段を具備することを特徴とする。

【0011】本発明の他の特徴とすることは、上記種々の顧客をその階層別に登録する組織階層登録手段を更に具備し、上記顧客評価・分類手段による顧客の評価・分類、上記目標値設定手段による顧客別訪問回数目標値の設定、上記計画作成手段による訪問計画の作成、上記実績登録手段による訪問結果の登録、および上記進捗管理手段による進捗管理を、上記組織階層登録手段によって登録された組織階層ごとに行うようにしたことを特徴とする。

【0012】本発明の他の特徴とすることは、上記目標値設定手段で設定された顧客別訪問回数目標値、上記計画作成手段により作成された訪問計画、上記実績登録手段により登録された訪問結果、および上記組織階層登録手段で登録された組織階層ごとの顧客名を1つの画面内に表示する表示手段と、上記顧客別訪問回数目標値を四角の数で表示するとともに、訪問予定日と訪問実施日とを上記四角の中に異なる色で区別して表示し、上記組織階層ごとの顧客名を上記顧客評価・分類手段による分類結果に対応して異なる色で区別して表示するように制御する表示制御手段とを具備することを特徴とする。

【0013】本発明の他の特徴とすることは、上記表示制御手段は、上記訪問予定日および上記訪問実施日を入力するために使用するカレンダを上記表示手段に表示させるとともに、上記カレンダ上で所望の日付が指定されたときに、その指定された日付が上記四角の中に画面上を移動していくように表示させることを特徴とする。

30 【0014】

【作用】本発明は上記技術手段より成るので、従来は専ら自己の立場を考慮した取引評価のみを行っていたのに対して、顧客の立場を考慮した客観評価も行われ、その評価結果に基づいて顧客が分類されることとなり、顧客の評価をより正確に行って取引拡大すべき顧客を明確にすることが可能となるとともに、上記取引拡大すべき顧客に対する訪問回数が多くなるように営業訪問力を的確に配分することが可能となる。

【0015】本発明の他の特徴によれば、訪問回数の目標値を設定したにもかかわらず、適切に訪問が実施されていない場合には警告が発せられるようになるので、その警告の有無を見ることによって現在最優先で訪問すべき顧客を容易に確認することができるようになる。

【0016】本発明の他の特徴によれば、営業活動で行う一連の行為のうち、任意の複数の行為を組み合わせて種々の商談プロセスパターンがあらかじめ作成され、実際に個別商談を実施する際には、上記種々の商談プロセスパターンの中から適切なものを選択するだけで良いので、個別商談実施計画を簡単に作成することが可能となる。

【0017】本発明のその他の特徴によれば、種々の営業行為項目にはそれぞれ、例えばツール出力や実施結果点数入力などの機能をあらかじめ定義することが可能であり、機能が定義されている場合には、個別商談実施計画の作成の際に選択した商談プロセスパターンに含まれている営業行為項目に関連付けられている機能が自動実行されるので、営業マンが商談実施時に必要なツールを特に意識しなくともそのツールが確実に得られるようになる。

【0018】本発明のその他の特徴によれば、顧客において購買意思決定に関わる全ての組織階層ごとに管理が行わることとなり、限られた営業訪問力をより的確に配分することが可能となる。

【0019】本発明のその他の特徴によれば、訪問回数を多くして取引拡大すべき顧客や、営業活動の進捗の様子などが一見して分かるようになり、営業生産性を向上させるために適切な訪問計画を簡単に作成することができるようになる。

【0020】本発明のその他の特徴によれば、日付が画面上をアニメーション効果によって移動していくので、ゲーム感覚で訪問計画を作成することができるようになり、また、訪問計画を作成する際の操作も分かりやすくなる。

【0021】

【実施例】出願人が長期にわたって調査を行った結果、限られた営業力の中で営業生産性を向上させるためには、以下の3つことを継続的に実現する必要があることが明確になった。

①取引拡大したい顧客（取引拡大が可能な顧客）を明確にし、その顧客に営業力を集中させる。

②一方通行の売り込みではなく、取引拡大のビジネスチャンスに関わる情報を顧客から収集し、それを活用した提案により受注を図る。

③営業マンが営業活動に専念できるように余裕をつくる。

【0022】上記①～③の3つのコンセプトを実現するためには、次の3つのポイントを実施することが重要なってくる。

- ・取引拡大したい顧客に営業訪問力を適正に配分する。
- ・顧客の購買意思決定にかかわる人すべてに計画的な訪問活動を実施する。

- ・取引拡大のためのシナリオを持ち、これを計画的に実施する。

本実施例の営業生産性向上支援システムは、図16に示すように、以上の3つのポイントを実施することを支援する以下の4つの機能を有している。

【0023】(1) 営業訪問回数適正配分機能

本機能は、限られた営業訪問力を取引拡大したい顧客に適正に配分するための機能である。すなわち、本機能では、目標を設定するとともに、その設定した目標を実現

するために訪問計画を定期的に作成し、計画どおりに訪問を実施していくことを支援する。

【0024】(2) 組織階層別訪問対象管理機能
営業訪問を行うべき先は、1つの顧客について1つではない。すなわち、顧客の担当者だけでなく、その管理者など、相手の購買意思決定に関わる全ての人と定期的に接点を持つことは非常に有効である。本機能は、営業力を配分する顧客をその階層別に全て登録し、訪問回数等のアクションを各階層別に管理すること支援する。

10 【0025】(3) 商談実施支援機能
一般に、商談には、そこで行うべき行為とそのスケジュール、すなわち、るべきプロセスが存在する。本機能は、パターン化されたるべき商談のプロセスを参照しながら、個別商談の計画を簡単に作成し、その計画に基づいた活動を支援する。

【0026】(4) 計画的営業活動支援機能
本機能は、上記(1)～(3)の各機能を営業マンやマネージャーが常に意識しながら計画的に実施することを支援する機能である。すなわち、本機能は、上記(1)～(3)の各機能を組み合わせ、訪問計画の作成、その計画の実行結果の入力および分析などを分かりやすく、かつ、簡単に行うことができるようとするための機能である。

20 【0027】以下、本発明の一実施例を図面に基づいて説明する。図1は、上記(1)～(4)の各機能を実現するための本実施例による営業生産性向上支援システムの要素的特徴を示す機能ブロック図である。また、図2は、図1に示した各機能ブロックを具体的に実施するためのハードウェア構成を示す図である。

【0028】図2に示したように、本実施例の営業生産性向上支援システムは、一般的に普及しているパソコンシステムによって実現される。すなわち、同図において、21はCPU、ROM、RAMなどを内蔵したパソコン本体、22はキーボード、23はマウス、24はディスプレイ装置である。

【0029】25はツールデータベース記憶部であり、営業活動に使用する種々のツールが記憶される。上記種々のツールとしては、例えば、顧客に対する興味付けツール、反応伺いツール、顧客別興味付け進捗管理シート、ビジネスチャンス情報収集ツール、キーマン評価ツールなどを挙げることができる。

【0030】26は顧客別進捗管理データ記憶部であり、営業マンによって入力される訪問計画や訪問結果、あるいはマネージャーによって入力される営業活動の企画内容などに基づく進捗データが記憶される。27は取引実績データ記憶部であり、顧客との取引実績に関するデータが記憶される。

【0031】なお、これらのツールデータベース記憶部25、顧客別進捗管理データ記憶部26および取引実績データ記憶部27は、例えばハードディスクやフロッピーディスクなどで構成される。

【0032】28は必要ツール作成部であり、上記ツールデータベース記憶部25に記憶された各種ツールの中から選択されたツールを実際に作成するものであり、例えば顧客あての書類を印刷するための印刷装置などで構成される。

【0033】営業マンは、このような構成のパソコンシステムを用いて営業計画を作成し、その計画を実行し、実行結果を評価することにより営業活動を実施する。これにより、営業マンの経験や勘に頼っていた従来に対して、本実施例では営業活動の標準化を図ることができ、営業生産性を向上させることができるようになる。

【0034】次に、図1において、1はデータ入力部であり、図2に示したキーボード22およびマウス23により構成される。2は顧客評価・分類部であり、一定の評価基準の下に種々の顧客を評価・分類する。以下、この顧客評価の方法を、次に示す図3に基づいて説明する。

【0035】図3から明らかなように、本実施例では、客観評価と取引評価との2つの側面から顧客を評価している。客観評価の評価項目としては、例えば、売上、経営者のやる気、将来性、立地条件などがあり、これらの項目は相手企業（顧客）の立場を考慮したものとして把握される。また、取引評価の評価項目としては、例えば、取引高、粗利率、占有率、回収条件などがあり、これらの項目は自企業の立場を考慮したものとして把握される。

【0036】また、本実施例の顧客評価・分類部2は、上述のようにして行った評価に基づいて顧客を4つの分類に分けている。すなわち、図3に示したように、客観評価の結果を縦軸にとり、取引評価の結果を横軸にとり、それぞれの評価の高低に応じて顧客を改善管理客、重点管理客、準重点管理客および成行管理客の4つの分類に分けている。

【0037】ここで、改善管理客とは、取引評価の結果は低いが、客観評価の結果が高い顧客で、営業活動に何らかの改善を加えれば取引が更に拡大する可能性のある顧客のことを言う。また、重点管理客とは、客観評価の結果と取引評価の結果とが何れも高い顧客であり、いい得意先でしかも発展性がある顧客のことを言う。

【0038】また、準重点管理客とは、取引評価の結果は高いが、客観評価の結果が低い顧客で、いい得意先だが発展性に欠ける顧客のことを言う。さらに、成行管理客とは、客観評価の結果と取引評価の結果とが何れも低い顧客で、発展性がない顧客のことを言う。

【0039】図4は、以上のような顧客評価および分類の手順を示す図である。すなわち、マネージャーなどのオペレータが、あらかじめ作成された図4（a）のような評価テーブルを参照して、図1のデータ入力部1を用いて客観評価および取引評価の各項目ごとに5点満点の評価点を入力する。これにより、図4（b）のような顧

客評価結果を得る。

【0040】なお、この評価に際して、顧客が小売店であるか量販店であるかによって異なる評価テーブルが用いられる。また、評価テーブル自体を営業生産性向上支援システムが具備し、マネージャーが各項目に実際に数値を入力すると、それが評価点に自動的に置き換えられるように構成しても良い。

【0041】各項目の評価点を入力すると、顧客評価・分類部2により、各顧客ごとに客観評価の評価点の合計と取引評価の評価点の合計とがそれぞれ別個に計算され、その結果が図4（c）に示す座標系にプロットされることにより、各顧客が4つの分類に分けられる。図4（c）に示した分類結果は、図1の表示部8に表示され、印刷部9により印刷することもできる。この表示部8は図2のディスプレイ装置24に対応し、印刷部9は必要ツール作成部28に対応するものである。

【0042】なお、図4（c）中の点線で示した各分類の境界は、全ての項目を3点とした場合に得られるものであるが、これは任意に変更可能である。また、各項目の評価点を単純に加算するのではなく、重み付けをしながら加算することも可能である。

【0043】ところで、従来より、簡単な販売管理ツールが提案されていたが、この販売管理ツールは専ら取引評価のみを行うものであった。これに対して本実施例では、客観評価をも行い、顧客の立場も考慮して評価・分類を行っている。このようにすることにより、顧客の評価をより正確に行うことができ、取引を拡大すべき顧客、維持すべき顧客、あるいは成り行きませにすべき顧客などの判断を容易に行うことができるようになる。

【0044】再び図1に戻って説明する。3は目標値設定部であり、顧客別の月間訪問回数の目標値を設定するものである。すなわち、営業マンまたはマネージャーは、上記顧客評価・分類部2による評価・分類の結果と、取引実績データ記憶記憶部27に記憶されている過去の取引実績とを参照して具体的な取引予算数値を定め、これを実現するための最適な顧客別月間訪問回数の目標値をデータ入力部1を用いて入力する。

【0045】なお、本実施例では、設定した訪問回数の目標値を確実にこなすことができるようするため40に、営業マンが月間に訪問可能な延べ件数を算出しておき、それを上まらない範囲でのみ訪問回数を設定できるようにしている。すなわち、上述のようにして顧客別の月間訪問回数目標値を入力すると、図5に示す画面の訪問回数チェック欄51に月間訪問回数の合計が表示され、同時に1日当たりの訪問平均件数が表示される。そこで、月間訪問回数の合計が営業マンが訪問可能な延べ件数を上まらないように目標値を調整する。

【0046】このように本実施例では、これまでの販売管理ツールと異なり、過去の取引実績と顧客評価結果に基づきその顧客をどうしたいのかの意思とを反映した取

引予算数値、およびそれを実現するために行うべき訪問回数とを設定するようにしているところに特徴がある。

【0047】そこで、上述のような評価・分類によって明確にした取引拡大したい顧客に対して訪問回数が多くなるように目標値を設定することにより、営業訪問力を取引拡大したい顧客に適正に配分することができるようになる。なお、営業生産性を効率よく向上させるには、改善管理客、重点管理客、準重点管理客、成行管理客の順番で営業力を配分するのが好ましい。

【0048】上記目標値設定部3により設定された顧客別月間訪問回数の目標値は、進捗管理部6を介して顧客別進捗管理データ記憶部26に与えられ、記憶される。また、顧客別進捗管理データ記憶部26に記憶された上記顧客別月間訪問回数の目標値は、進捗管理部6を介して表示制御部7に与えられ、この表示制御部7による制御の下で表示部8に表示される。

【0049】図6は、上記表示部8に表示される画面の一例を示す図であり、営業マン用の月間訪問予定／実績入力画面を示す図である。上述のように設定された訪問回数の目標値は、図6中の予定／実績表示エリア61に反映されて表示される。すなわち、上記予定／実績表示エリア61において、太線で囲んだ領域61aが訪問回数の目標値を表しており（以下、この領域を訪問回数表示領域という）、同領域61a内にある□の数が訪問回数の目標値に対応している。

【0050】再び図1において、4は顧客階層登録部であり、営業力を配分する顧客をその階層別に登録するものである。上述したように、営業訪問を行なうべき先は、1つの顧客について1人の担当者だけでなく、その上司や関係部署の人など、顧客において購買意思決定に関わる人全てである。

【0051】そこで、本実施例では、顧客階層登録部4を設け、図7に例示するように、購買意思決定に関わる人とその上下関係とを登録することができるようとしている。なお、登録に必要な手続きは、営業マンまたはマネージャーがデータ入力部1を用いて行う。

【0052】上記した図7の例のように顧客階層を登録すると、図8に示すように、月間訪問予定／実績入力画面の顧客名エリア81には、階層別に登録した顧客名が、上記顧客評価・分類部2による顧客評価結果に基づき活動ウェイトをかける順に並んで表示されるようになる。このとき、これらの顧客名は、図8からは明確でないが、上記顧客評価・分類部2による分類結果（重点管理客、改善管理客、準重点管理客、成行管理客の何れであるか）に応じて異なる色で表示される。

【0053】また、顧客階層を登録すると、先に述べた目標値の設定や、後に述べる訪問計画の作成やその実績集計なども顧客階層別に行なうことができるようになる。

【0054】次いで、5は計画作成部であり、営業マンの訪問計画（商談プロセスを含む）を作成するものであ

る。営業マンまたはマネージャーは、上記目標値設定部3により設定された目標値に基づき表示部8に表示される上記月間訪問予定／実績入力画面などを参照して、データ入力部1を用いて種々のデータを入力すると、上記計画作成部5は、この入力されたデータを用いて訪問計画を作成する。

【0055】訪問計画を作成する際には、図6に示した訪問回数表示領域61a内の個々の□に訪問予定日を埋めていくという作業を行う（予定入力は実績入力を行った後に行なうものであるため、図6には実績入力モードの画面が示されており、予定入力モードの画面は図8に示している）。操作としては、まず、予定／実績入力ボタン63を操作して予定入力モードを選択する。なお、予定入力モードを選択した場合は日付選択エリア62内の日付は青色で表示され、実績入力モードを選択した場合は赤色で表示される。

【0056】次に、日付選択エリア62において、訪問を予定している日付上にマウスカーソルを置き、マウスボタンをクリックすれば、その日付が予定／実績表示エリア61にアニメーション効果によって自動的に移動していく、訪問回数表示領域61a内にある個々の□に先頭から順番に埋められていく。こうして訪問予定の日付を入力すると、各日付ごとの訪問件数の合計が訪問件数エリア64に表示される。これにより、営業マンが訪問可能な1日当たりの平均訪問件数と比較して、実現可能かどうかを確認することができる。

【0057】なお、図面の都合上、訪問回数表示領域61a内において、青色表示の日付を通常の数字で表し、赤色表示の日付を○付きの数字で表している。赤色表示の数字は、後述する手順によって入力された訪問実施日を示すものである。このように、本実施例では、訪問予定の日付と訪問実施日の日付とを色を異なさせて表示するようとしているので、両者を一目で区別することができる。

【0058】また、上記訪問回数表示領域61a内において、斜線で示した部分は、実際には例えば黄色で表示されている領域である。この領域は、例えば、□の数で示された月間訪問回数目標値に対して実際に訪問した日にちが少なく、進捗の度合いが低い場合に警告を与えるために表示されるものであり、現時点で最優先に訪問すべき顧客とその回数とを示している。したがって、この黄色表示の領域は、月末に向かうほど多くなっていく。

【0059】このように、本実施例では、訪問計画を作成する際に、訪問回数表示領域61a内にある□の数を見ることによって月間訪問回数目標値を容易に確認することができ、□の数が多い顧客に対して訪問予定日付をより多く配分するという意識を働かせることができる。また、黄色表示の警告がされている顧客に対しては、訪問予定日付を最優先で設定するという意識を働かせることもできる。このため、訪問回数目標値の達成を常に考

慮した訪問計画の作成と実績のチェックとを行うことができるようになる。

【0060】上述したように、計画作成部5は、商談プロセスの作成も行う。営業活動には様々な行為があるが、これらの行為は連続しており、それらの行為を目的別に並べたものが商談プロセスになる。つまり、商談を実施するということは、種々の行為を記載したカードの束を順番にめくり、そのカードの記載内容を実施していくことに置き換えられる。本実施例の計画作成部5は、カードの作成とその順番の決定とをパソコン上で簡単に行うことができるようしている。

【0061】すなわち、計画作成部5の商談プロセスを作成するための構成は、図9のようになっている。以下、この図9の構成を参照しながら、商談プロセスを作成する手順を説明する。

【0062】まず、図9の営業行為項目登録部91において、営業活動で行う一連の行為ごとに、実施にあたって必要なツール（例えば、顧客に提供すべき情報や顧客から収集すべき情報）を定義することにより、複数の行為カード（営業行為項目）を作成する。ここでは、図10に示すように、営業行為名や商談にあたって必要なツール名をキーボード入力するとともに、営業行為分類名や商談進捗分類名をあらかじめ設定されているドロップダウンリスト（図示せず）から選択する。

【0063】次に、商談プロセス登録部92において、上記営業行為項目登録部91で作成した複数の行為カードの中から幾つかを任意に選択し、それらの選択した行為カードの順番および実施期間を設定することにより商談プロセスパターン（商談分類）を登録する。また、その登録に際して、スケジュールを作成する際に基準となる行為を定義しておく。

【0064】具体的には、図11に示すように、商談分類エリア111に商談分類名をキーボード入力するとともに、営業行為項目エリア112の中から商談プロセスを構成する行為カードを任意に選択し、その選択した行為カードを営業行為計画エリア113に順に張り付けていく。そして、営業行為の各週のセル114に、選択した行為を何回行うかを数値で入力することにより、営業行為ごとに実施期間の設定を行う。

【0065】営業マンが個別商談を実施するにあたっては、商談計画作成部93において、上記商談プロセス登録部92で登録した商談プロセスパターン（商談分類）の中から適切なものを選択するとともに、基準行為の日付を設定することにより、個別商談実施計画を作成する。

【0066】すなわち、図12に示すように、商談エリア121に商談名をキーボード入力するとともに、商談分類エリア122において上記商談プロセス登録部92で登録した商談プロセスパターン（商談分類）をドロップダウンリストから選択する。すると、営業行為計画工

リア113に営業行為とその実施回数および実施期間が自動的に表示される。

【0067】次に、対象顧客エリア123においてドロップダウンリストから対象顧客を選択するとともに、基準営業行為項目エリア124において既に登録されている営業行為項目（行為カード）をドロップダウンリストから選択する。そして、基準日エリア125に基準日を入力して設定ボタン126を押すと、営業行為計画エリア113が上記入力した基準日と上記選択した営業行為にあわせて自動的に設定される。

【0068】以上のように、本実施例では、営業活動で行う一連の行為のうち、任意の複数の行為を組み合わせて種々の商談プロセスパターンをあらかじめ作成しておき、実際に個別商談を実施する際には、上記種々の商談プロセスパターンの中から適切なものを選択するだけで良いので、個別商談実施計画を簡単に作成することができる。

【0069】なお、計画作成部5において上述した訪問計画を作成する際には、作成した商談計画を一覧で参照することができるようになっている。図13は、その参照画面の一例を示している。図13において、商談進捗表131の上部には、図12の画面に基づいて設定された商談計画が表示される。

【0070】この商談進捗表131の計画実績欄の始めの4週間に關しては、すぐ下の各週行為カード欄132に各週ごとに行うべき行為カードが示されている。この各週行為カード欄132に示されている行為カードは、計画はしたが、まだ実施していない行為を示すカードである。したがって、この表示を見れば、今やるべき行為を的確に判断することができる。

【0071】そこで、営業マンは、各週行為カード欄132において、最も現在に近い週の残されている行為カードをマウスクリック操作によって選択するとともに、右の予定入力欄133の日付を選択することにより、これからやるべき行為を設定する。すると、選択した行為カードが上記日付の下に表示される。

【0072】また、このように商談計画を登録すると、図8に示した予定入力モード時の月間訪問予定／実績入力画面では、その商談計画を予定した日付が青色で表示される。さらに、この月間訪問予定／実績入力画面では、現在登録されている商談の件数が商談件数エリア82に表示される。

【0073】これにより、この商談件数と、月間訪問回数目標値を表す白抜きの□の数と、色分け表示された顧客名、訪問予定／実績の日付および訪問件数の合計とを見ることによって、「バランス良い訪問活動を行うためにどこに訪問すべきか」と「今抱えている商談をこなすためにどこに訪問すべきか」という2つの観点から判断することができ、その結果、全体のバランスを見ながら訪問すべき顧客を的確に判断することができる。

ける無駄を省いて営業訪問力を種々の顧客に適正に配分することができるようになる。

【0081】本発明の他の特徴によれば、目標値設定手段により設定された顧客別訪問回数目標値と、計画作成手段により作成された訪問計画と、実績登録手段により登録された訪問結果とを用いて営業活動の進捗を管理し、上記顧客別訪問回数目標値に対する進捗の度合いが低い場合に警告を発するようにしたので、警告の有無を見ることによって現在最優先で訪問すべき顧客を容易に確認することができ、設定した訪問回数目標値を確実に達成できるように支援することができる。

【0082】本発明のその他の特徴によれば、営業活動で行う一連の行為のうち、任意の複数の行為を組み合わせて種々の商談プロセスパターンをあらかじめ作成しておき、実際に個別商談を実施する際には、上記種々の商談プロセスパターンの中から適切なものを選択することにより商談計画を作成するようにしたので、商談計画を簡単に作成することができ、客先への訪問前に準備しなければならない作業を少なくして営業マンが商談に専念できるようになることができる。

【0083】本発明の他の特徴によれば、個別商談実施計画の作成の際に選択された営業行為項目に関連付けが定義されている機能を自動実行するようにしたので、例えば、上記機能としてツールの出力機能が定義されている場合には、営業マンが商談実施時に必要なツールを特に意識しなくてもそのツールを確実に得ることができようになり、客先への訪問前に準備しなければならない作業を更に少なくすることができる。

【0084】本発明の他の特徴によれば、種々の顧客をその階層別に登録する組織階層登録手段を設け、組織階層ごとに進捗管理を行うようにしたので、顧客において購買意思決定に関わる全ての人に対して詳細な管理を行うことができるようになり、限られた営業訪問力を更に的確に配分することができるようになる。

【0085】本発明の他の特徴によれば、顧客別訪問回数目標値を四角の数で表示するとともに、訪問予定日と訪問実施日とを上記四角の中に異なる色で区別して表示し、組織階層ごとの顧客名を顧客評価・分類手段による分類結果に応じて異なる色で区別して表示するようになしたので、営業訪問力を集中すべき顧客や、営業活動の進捗の様子を一見して理解することができようになり、訪問計画の作成や実績入力などの作業を分かりやすく簡単に行うことができ、営業活動で最も重要な商談以外の作業を必要最小限に抑えることができるようになる。

【0086】本発明の他の特徴によれば、上記訪問予定日および上記訪問実施日を入力するために使用するカレンダを上記表示手段に表示させるとともに、上記カレンダ上で所望の日付が指定されたときに、その指定された日付が上記四角の中に画面上を移動していくよう

【0074】なお、予定した行為カードの実施にあたって必要なツールが上記営業行為項目登録部91であらかじめ登録されている場合は、それが印刷部9により自動印刷される。その際、そのツールに顧客名などを入れることができるために、オンラインなツールを作成することができる。

【0075】一方、営業マンは、計画した営業活動を実際に行った場合は、実績登録部10を用いてその訪問結果を実績として登録する。この訪問結果の入力時にも登録されている商談の一覧を参照することができる。すなわち、図6に示した月間訪問予定/実績入力画面において、実績入力モードを選択して日付選択エリア62内の日付をマウスクリックすると、図14に示すような図13と同様の訪問予定/実績入力画面が表示される。

【0076】図14において、商談進捗表131の上部には、図13の画面と同様に商談計画が表示される。また、右の実績入力欄141に示されている行為カードの中から実際に行った行為カードを選択し、その下の空白部をクリックすると、カードの文字が青色から赤色に変化し、実績として登録される。こうして登録された実績は、商談進捗表131の計画実績欄の下部に自動的に反映して表示される。そして、この図14に示した画面を閉じると、図6に示した画面に戻る。このとき、青色の予定表示が赤色の実績表示に自動的に変わっている。

【0077】また、本実施例の営業生産性向上支援システムでは、商談進捗の様子を一覧表示したり印刷したりすることができ、管理に役立てることができる。図15は、商談進捗の一覧表示画面を示す図である。この画面では、図14に示した画面の商談進捗表131の計画実績欄の表示が、商談進捗の度合いの高いものから順に表示される。

【0078】以上に述べたような本実施例の商談実施支援機能によって、複数の商談の計画的実施を支援することができるだけでなく、図示しない携帯端末装置にフロッピーディスク等を介してデータを渡すことができため、商談実施にあたって必要なツールをその場で作成したり、実施後の結果を集計したりすることができる。このため、営業現場で必要なチェックおよびアクションを簡単に行えるというメリットがある。

【0079】なお、以上に説明した図1の顧客評価・分類部2、目標値設定部3、顧客階層登録部4、計画作成部5、進捗管理部6および表示制御部7は、図2に示したパソコン本体1に内蔵されている図示しないCPU、ROM、RAMなどによって構成されている。

【0080】

【発明の効果】本発明は上述したように、自己の立場を考慮した取引評価だけでなく、顧客の立場を考慮した客観評価をも行い、その評価結果に基づいて顧客を分類するようにしたので、顧客の評価をより正確に行って取引拡大すべき顧客を明確にすことができ、営業活動にお

表示させるようにしたので、ゲーム感覚で訪問計画を作成することができるとともに、その作成のための操作を分かりやすくすることができる。

【0087】以上のことにより、本発明によれば、営業活動の最適な標準化を図り、営業生産性を革新的に向上させることができる。

【図面の簡単な説明】

【図1】本発明の営業生産性向上支援システムの要素的特徴を示す機能ブロック図である。

【図2】図1に示した各機能ブロックを具体的に実施するためのハードウェア構成を示す図である。

【図3】顧客評価・分類部による顧客の評価・分類法を説明するための図である。

【図4】顧客評価・分類部による顧客の評価・分類の手順を示す図である。

【図5】顧客別月間訪問回数目標値の設定画面を示す図である。

【図6】月間訪問予定／実績入力画面（実績入力モード）を示す図である。

【図7】顧客階層の登録画面を示す図である。

【図8】月間訪問予定／実績入力画面（予定入力モード）を示す図である。

【図9】計画作成部の構成を示すブロック図である。

【図10】営業行為項目（行為カード）の登録画面を示す図である。

【図11】商談プロセスパターン（商談分類）の登録画面を示す図である。

【図12】個別商談実施計画の作成画面を示す図である。

10 * 20 *

* 【図13】訪問予定／実績入力画面（予定入力モード）を示す図である。

【図14】訪問予定／実績入力画面（実績入力モード）を示す図である。

【図15】商談進捗一覧表示画面を示す図である。

【図16】本実施例の営業生産性向上支援システムによって実現される機能のその関係を示す図である。

【符号の説明】

1 データ入力部

2 顧客評価・分類部

3 目標値設定部

4 顧客階層登録部

5 計画作成部

6 進捗管理部

7 表示制御部

8 表示部

9 印刷部

10 実績登録部

21 パソコン本体

22 キーボード

23 マウス

24 ディスプレイ装置

25 ツールデータベース記憶部

26 顧客別進捗管理データ記憶部

27 取引実績データ記憶部

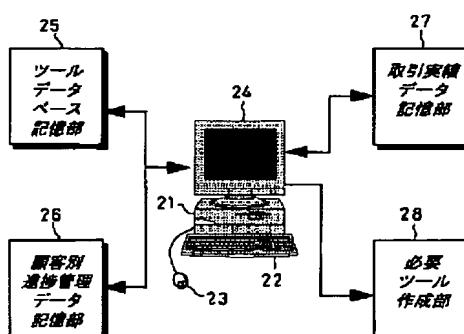
28 必要ツール作成部

91 営業行為項目登録部

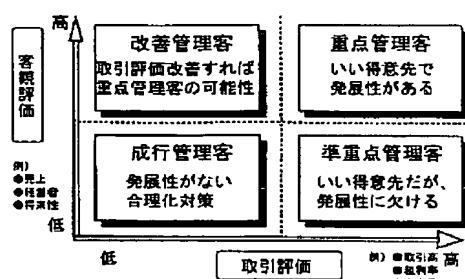
92 商談プロセス登録部

93 商談計画作成部

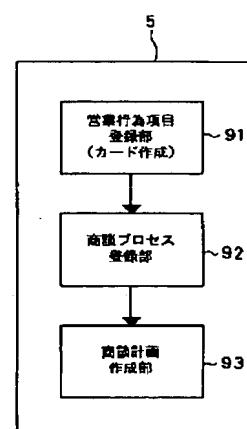
【図2】



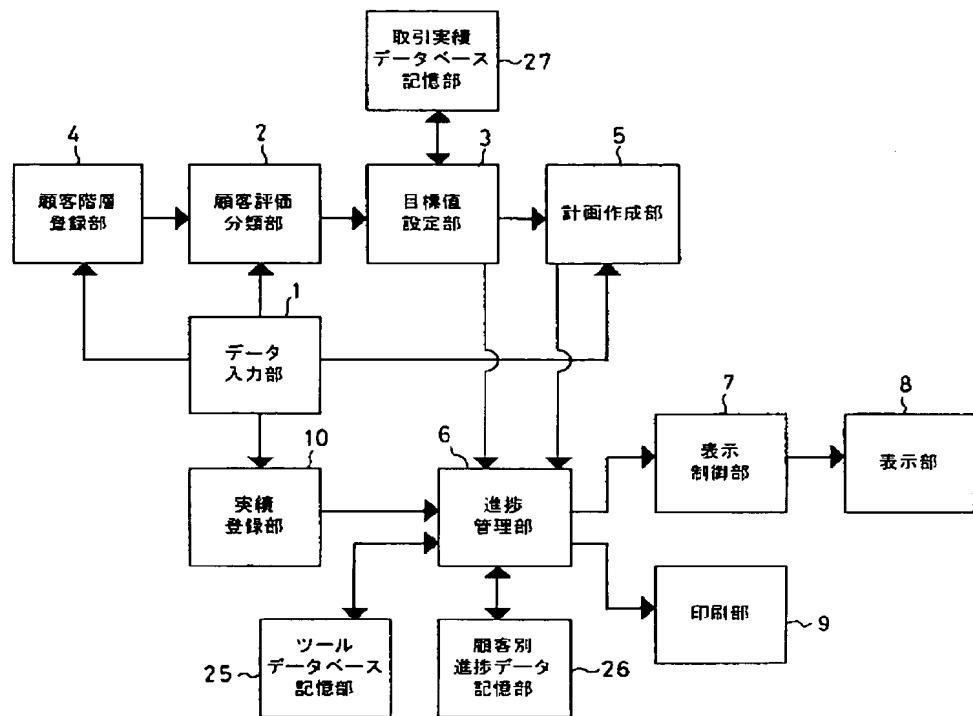
【図3】



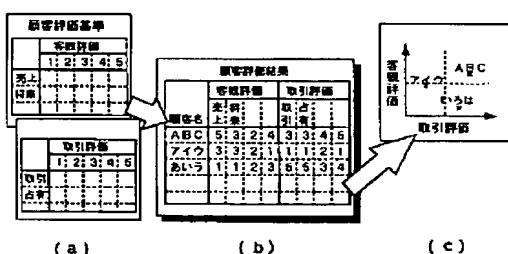
【図9】



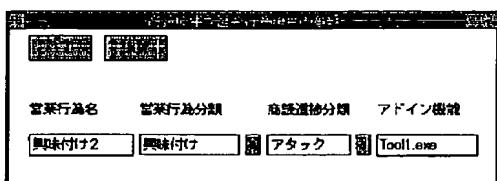
【図1】



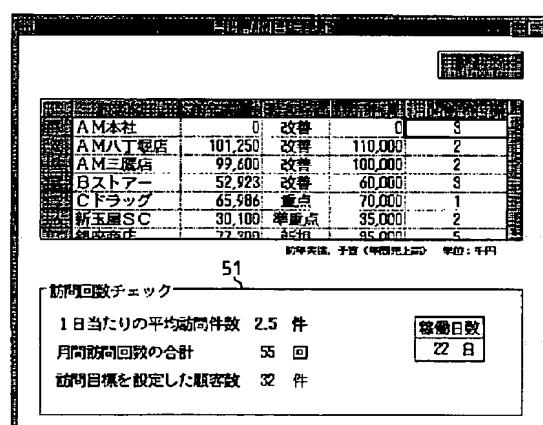
【図4】



【図10】



【図5】



【図6】

月商計画予定/実績入力

予定印刷 閉じる

◀ 4月度 ▶ 営業部 事務室 日本 太郎 61 1995年4月5日(木)

拡大客 駐持客 情報源

63

| 顧客分類 | 顧客名 | 予定/実績表示 | | | | | | | | | | 実績入力 | | | | | |
|-------|------|---------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|------|---|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 日 | 月 | 火 | 水 | 木 | 金 |
| 一般小売店 | よしだや | 2 | 4 | | | | | | | | 2 | 3 | 4 | 5 | | | |
| 一般小売店 | 東京菓子 | 5 | 7 | | | | | | | | 2 | 3 | 4 | 5 | | | |
| 一般小売店 | 岩田屋 | 2 | 4 | | | | | | | | 2 | 3 | 4 | 5 | | | |

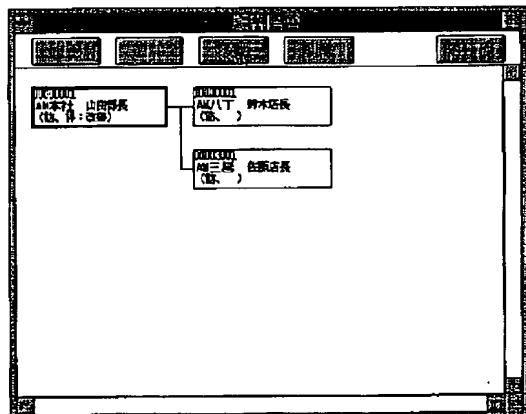
61a 62

●:販点 ◎:販益 ◇:進販点 ◆:成行 ◇:新規 64

拡大客 駐持客 情報源

訪問件数 0 2 1 0
訪問件数 1 0 0 0
訪問件数 0 0 0 0
合計 1 2 1 0

【図7】



【図15】

販賣実績一覧

印刷 閉じる

| 月 | 商取名 | 顧客名 | 計画 | 実績 |
|--------|---------|-----------|----|----|
| 95年02月 | PB商品販賣 | Aマート 山田部長 | 計画 | 実績 |
| 95年03月 | 災害用品セール | Aマート 山田部長 | 計画 | 実績 |
| 95年04月 | PB商品販賣 | Bストアー | 計画 | 実績 |
| 95年05月 | 春の小物販賣 | Bストアー | 計画 | 実績 |
| 95年06月 | 災害用品セール | Bストアー | 計画 | 実績 |
| 95年07月 | | | | |
| 95年08月 | | | | |
| 95年09月 | | | | |
| 95年10月 | | | | |
| 95年11月 | | | | |
| 95年12月 | | | | |

【図 8】

月間訪問予定/予算入力

予定印刷 閉じる

81. 4月度 82. 61 1995年4月5日(木)

拡大客 個別客 情報集

| 顧客分類 | 顧客名 | 予定/実績表示 | | | | | | | | | | 予算入力 | | | | |
|------|-------|---------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|------|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 月 | 火 | 水 | 木 | 金 |
| 販売店 | AM本社 | 1 | | | | | | | | | | 5 | 6 | 7 | 8 | |
| 販売店 | AM八丁 | 2 | | | | | | | | | | 5 | 6 | 7 | 8 | |
| 販売店 | AM三重店 | 1 | ◎ | 6 | | | | | | | | 5 | 6 | 7 | 8 | |
| 販売店 | Bストア | 3 | ◎ | 4 | 5 | 6 | | | | | | 5 | 6 | 7 | 8 | |
| 販売店 | Cドラッグ | 1 | | | | | | | | | | 5 | 6 | 7 | 8 | |
| 販売店 | 新玉屋SC | 1 | | | | | | | | | | 5 | 6 | 7 | 8 | |
| 販売店 | 黒屋商店 | 1 | | | | | | | | | | 5 | 6 | 7 | 8 | |

●: 重点 ◎: 改善 ◎: 増量点 ◎: 成行 ◎: 断落

拡大客 個別客 情報集

| | | | | |
|------|---|---|---|---|
| 訪問件数 | 1 | 2 | 0 | 0 |
| 訪問件数 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 訪問件数 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 合計 | 1 | 2 | 0 | 0 |

【図 11】

商談分類の登録

新規品商談 113

商談分類名 新規品商談 113

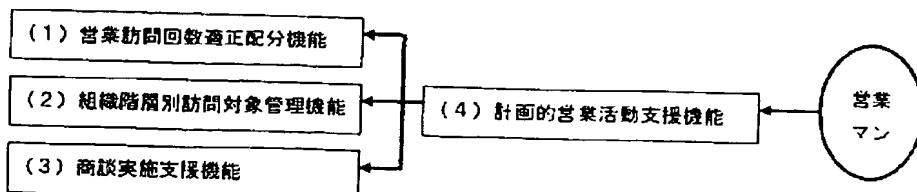
商談行為項目 112

111

| 商談行為 | 実施回数 | 1月目 2月目 3月目 4月目 5月目 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-------|------|---------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 |
| 興味付け1 | 1 | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 興味付け2 | 1 | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 興味付け3 | 2 | 1 | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ヒアリング | 2 | 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| デモ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ヒアリング | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

114

【図 16】



【図12】

商談登録

| | | |
|----------|-----------|-----|
| 商談名 | 貿易用品セール | 121 |
| 商談分類 | 新規品商談 | 122 |
| 対象顧客 | Bストア | 123 |
| 基準日 | 05年04月02日 | 125 |
| 基準営業行為項目 | 貿易付3 | 126 |
| ①開始 ②終了 | ②終了 | 124 |
| 商談開始日 | 05年04月02日 | |

| | | | | | | |
|-------|------|-----|-----|-----|-----|-----|
| 営業行為 | 実施回数 | 4月目 | 5月目 | 6月目 | 7月目 | 8月目 |
| 貿易付1 | 1 | 1 | | | | |
| 貿易付2 | 1 | 1 | | | | |
| 貿易付3 | 2 | 1 | 1 | | | |
| ヒアリング | 2 | 2 | | | | |
| デモ | 1 | | 1 | | | |
| 提案 | 1 | | 1 | | | |
| 面接 | 1 | | | 1 | | |
| | | | | | | |

【図13】

貿易予定/実績入力

| | | |
|---|---|---|
| 顧客名: Bストア | 新規商談 | 閉じる |
| PB商品拡張 | 春の小物商談 | 貿易用品セール |
| 商談進捗表 | ▲: 基準日 | 商談終了 |
| 04/09~ 04/16~ 04/23~ 04/30~ | 進捗度 | アラップ |
| (A) 貿易2 (A) 貿易3 | 商談日程 | 03/01-04/25 |
| 04/26~ 04/02~ 04/09~ 04/16~ | (A) 貿易1 | 09 10 11 12 13 14 15 |
| (A) 貿易1 (A) 貿易2 (A) 貿易3 (A) ヒア | 予定入力 | 果全 |
| 商談外カード | 補充カード | |
| 果全 繰越し 取扱店 機器 その他 | (A) 貿易1 (A) 貿易2 (A) 貿易3 (A) ヒア | |
| 貿易回数 | 01 02 03 04 05 | 総大客 1 0 0 0 0 総持客 0 0 0 0 0 情報源 0 0 0 0 0 合計 1 0 0 0 0 |

【図14】

